

LOS EMPRENDEDORES Y EL CUARTO CAPITAL

Baltasar Fernández Ramírez, bfernan@ual.es , Universidad de Almería

Pedro Andrés Padilla Pérez, pedroa.padilla@ual.es , Universidad de Almería

ABSTRACT

The fourth capital refers to social capital, which refers to a number of intangible elements of the society and human relationships whose presence or absence means that entrepreneurs have more or less facilities in their economic initiatives. Within this capital stress, according to our investigations, five dimensions: institutional relationship, a relationship of identity, reciprocity, confidence and cohesion.

INTRODUCCIÓN

¿Por qué unas comunidades se desarrollan más que otras?, ¿por qué unas empresas florecen en ciertas zonas y otros proyectos muy similares languidecen en otras?, ¿basta una buena idea?, ¿depende del capital financiero?, ¿ó acaso de la suerte? Lejos de esta última pregunta, muchos autores, especialmente desde principios de los años 90 están postulando la existencia de “otros” capitales más allá de los archiconocidos capital físico, financiero, humano y natural. Estamos hablando del Capital Social, que como más adelante expondremos, sería una suerte de “sustancia intangible” de tipo social y cultural que une a todos los demás “capitales” y hace que cobren valor para que los emprendedores los aprovechen de cara a conseguir sus objetivos empresariales.

Hay una frase cotidiana que podría resumir muy intuitivamente la esencia del concepto de capital social; se trata de aquella que dice *“no es lo que tienes, sino a quien conoces”*. Lejos sugerir a los emprendedores que confíen la suerte de sus proyectos a aforismos más o menos conocidos, en el presente trabajo mostraremos la fundamentación teórica que puede haber tras frases como la anterior, y que pueden explicar en buena medida el éxito ó fracaso de una iniciativa.

Y no solo se ha utilizado este concepto en argumentos económicos, también se ha aplicado en estudios urbanos para explicar la diferencia en las tasas de violencia en barrios con características sociodemográficas semejantes (Sampson et al., 1997); en análisis sobre migración para comprender los mejores resultados que logran ciertos grupos de inmigrantes respecto de otros en el acceso a puestos de trabajo, en condiciones de oportunidades similares (Portes, 1995), o para determinar las causas de unas tasas más elevadas de desempeño institucional y de desarrollo económico de una región respecto de otra en un mismo país (Putnam et al., 1994).¹ Y los ejemplos podrían multiplicarse.

El capital social es uno de los creadores de relaciones sociales que más se ha investigado en tiempos recientes, tanto su desarrollo teórico, así como las aplicaciones en las diferentes áreas, cuya influencia en las ciencias

sociales como en la sociología, la política y la economía, a tenido un significativo un auge y que se torna interesante, intenso y en ocasiones confuso (Durstun, 2002). Puede también percibirse, la anterior sensación, sobre la utilización del término “capital social” en los factores de producción y activos necesarios.

En el presente trabajo trataremos de dar cuenta del concepto clásico de Capital Social, tratando de familiarizar a los lectores con sus características, así como tratar de hacer un acercamiento a los diversos componentes que puede englobar el término principal, y que trataremos de ilustrar en base a nuestras propias investigaciones.

ALGUNAS DEFINICIONES CLÁSICAS

La definición clásica de este paradigma, definiría al Capital Social como “las características de la organización social, [...] que facilitan la cooperación mutua” (Putman, 1994). En esencia el Capital Social involucra las relaciones y normas que conforman la calidad y cantidad de interacciones sociales de una determinada sociedad (Alarcón y Bosch, 2003). Estas relaciones no sólo conforman las instituciones y toda la organización de una comunidad, sino también a toda aquella “materia” que las mantiene unidas. La variedad de enfoques y posturas con respecto al capital social es bastante amplia, pero sus aplicaciones se dirigen básicamente a movilizar recursos, a la pertenencia a redes, a los elementos que las generan, a las acciones (individuales-colectivas) que posibilitan la infraestructura del capital social y, finalmente, a las consecuencias y resultados positivos y negativos que pueden generar (Arriagada, 2003).

Para Coleman (1988), el concepto de capital social reside en la función de las instituciones, las cuales cuentan con dos elementos comunes: las estructuras sociales y la facilidad de acción (de personas o agentes corporativos) en una estructura; es decir, que el capital social es para este autor el componente del capital humano que permite a los miembros de una sociedad confiar en los demás y cooperar en la formación de nuevos grupos y asociaciones.

Teóricos más recientes como Robert Putnam y Eva Fox han construido sus propuestas, teniendo como referencia a Coleman. Las definiciones de estos autores se basan en las redes y en los acoplamientos sociales, pero agregan el capital social de los individuos para dar una descripción del capital social colectivo que posee un área determinada de población.

Sin embargo, Cox (1995) considera al capital social como una medida de satisfacción que depende de la manera en que nosotros interactuamos recíprocamente. Esta conceptualización de Cox tiene implicaciones sociopolíticas puesto que lleva a admitir que una carencia de cooperación en la sociedad puede tener efectos adversos en la democracia y conducir en la práctica al deterioro social.

Otra interpretación del capital social, tal vez más amplia que las anteriores, incluye las asociaciones verticales y horizontales entre personas, entre y dentro de las organizaciones (Alarcón y Bosch, 2003). Este punto de vista reconoce que las relaciones horizontales son necesarias para dar un sentido de identidad y un propósito común a

las organizaciones, pero sin descuidar la formación de aquellas relaciones que trascienden divisiones, tales como la religión o la clase social.

CAPITAL SOCIAL E INSTITUCIONES:

Los organismos internacionales, con una visión que podríamos tildar de “institucionalista”, consideran el capital social desde el prisma económico que permite mejorar las condiciones de vida de la población pobre. Desde una perspectiva analítica, el Banco Mundial distingue cuatro tipos de capital:

- a) el capital natural, dotación de recursos naturales con que cuenta una región o país;
- b) el capital construido por el ser humano, que incluye diversas formas de capital como infraestructura, bienes de capital, financiero, comercial, etc.;
- c) el capital humano, determinado por los grados de nutrición, salud y educación de su población; y
- d) el capital social, que se refiere a las instituciones, relaciones y normas que conforman la calidad y cantidad de las interacciones sociales de una sociedad (Banco Mundial, 2000).

Para esta entidad es crucial invertir en la capacidad organizativa, principalmente de los más débiles, efectuando inversiones a nivel micro, para promover la creación de organizaciones, y a nivel macro, mediante el cambio de reglas y leyes, para apoyar y sustentar la actividad asociativa (Arriagada, 2003). Otra área que se estima importante de inversión es la promoción de lazos entre grupos (Woolcock, 1998).

En este sentido, la “mejora de las relaciones sociales” es un componente clave de los medios y de los fines del desarrollo, siendo la confianza, la reciprocidad y la cooperación el ingrediente fundamental de las relaciones y de las instituciones sociales del capital social (Woolcock, 2001). En otro trabajo, Kliksberg (2000a) menciona que en el centro del capital social se hallan múltiples elementos del campo de la cultura que han sido marginados por el pensamiento convencional a pesar de sus implicaciones prácticas, y destaca con fuerza que la teoría y la política del desarrollo deben incorporar los conceptos de cooperación, confianza, etnicidad, identidad, comunidad y amistad, ya que estos elementos constituyen el tejido social en que se basan la política y la economía. Se reconoce, además, que los diferentes tipos de capital, natural, físico y humano, determinan parcialmente el proceso de crecimiento económico, estando el progreso condicionado a la forma de interacción de los agentes y a cómo se auto-organizan para la generación del crecimiento y del desarrollo (Rodríguez, López, Dorato y González, 2005).

El Banco Mundial, en sus informes en el año 1987, indicaba el potencial impacto de factores no económicos en el desarrollo de las comunidades locales, es decir, aspectos como las instituciones, las normas informales, las actitudes, la confianza, los flujos de información, y las normas de reciprocidad existentes en una comunidad impulsan las iniciativas locales. En esta línea, Moyano (2005) y Moyano y Garrido (2003) mencionan también entre las principales razones que se trata de sociedades en las que hay confianza entre ciudadanos para emprender proyectos básicamente colectivos, confianza que se transmite al exterior y contribuye a dar una mejor imagen de su comunidad y de su entorno institucional.

El análisis del capital social se centra en cómo los actores (estado, sociedad civil y sector privado) se relacionan y organizan para generar crecimiento y desarrollo (Stein 2003). En conjunto, estos valores generan en una sociedad el clima de confianza y el tejido social apropiado para que los miembros de la misma puedan tener la capacidad de trabajar en grupos y organizaciones, a fin de lograr objetivos comunes.

Las relaciones económicas no provienen de un modelo propio, sino que están incrustadas en un tejido social y cultural, hecho que permite establecer conexiones de los fenómenos económicos con la esfera sociocultural, arraigando todas las relaciones sociales en un sólo sistema que también incluye intercambios económicos. Se observa, que el concepto de capital social ha surgido en distintos ámbitos disciplinarios como una aproximación para abordar precisamente esas conexiones y analizar, en ese marco, algunas de las fuerzas sociales que interactúan con los procesos de desarrollo (Granovetter, 1985).

Las dimensiones del capital social deben entenderse dentro del marco institucional en el que se inserta; es cierto que la escasa acumulación del capital social que crea puentes (bridging social capital) dificulta la circulación de las ideas, la información y los recursos entre los grupos. En consecuencia, la eficacia del capital social dentro de su marco institucional depende de la forma en que las comunidades manejan las oportunidades y el riesgo está necesariamente sujeto a la calidad de las instituciones bajo las cuales viven.

DIMENSIONES:

Llegados a este punto, y tal como dejábamos entrever en la introducción, nos posicionamos del lado de los teóricos que defienden la existencia de ciertas dimensiones ó elementos son los que a su vez darían entidad al Capital Social; en esta línea, Putnam (1993) ve el capital social desde una perspectiva sociocultural y cree que está constituido por elementos de las organizaciones sociales, *como las redes, las normas, la confianza*, que facilitan la acción y la cooperación para beneficio mutuo, dado que el trabajo en conjunto es más fácil en una comunidad que tiene un acervo abundante de capital social, que en otra con menor acervo de esta clase de capital.

No obstante, bajo nuestro prisma, creemos que es importante seguir trabajando de cara al descubrimiento de los elementos que componen el constructo “Capital Social”, pues (a) sólo en esta medida podremos construir herramientas que nos permitan medir su presencia, ausencia ó grado y (b) trabajar por desarrollarlo.

INDICADORES DE LA MEDICIÓN DEL CAPITAL SOCIAL

En el punto anterior avanzábamos la necesidad de conocer con más exactitud los elementos constitutivos del capital social; en esta línea, Román (2001) y Rodríguez (2004) adaptaron las propuestas del Banco Mundial (INQUESOC, 2002) desarrollando lo que se denominaría “Sistemas de Indicadores de Medición del Capital Social”, que se resumirían en los siguientes:

Elementos del instrumento para medir el capital social

1. variables socioeconómicas
2. Relaciones sociales
3. Cooperación
4. Normas (reciprocidad)
5. Valores de los emprendedores
6. Confianza
7. Calidad institucional
8. Información
9. Fortalecimiento (Empowermant)

Fuente: Morales (2006)

Sobre esta base, recientemente, realizamos un estudio exploratorio en la Comarca de Los Vélez, en Almería¹, a un conjunto de 35 emprendedores rurales dedicados a diversas actividades (turismos, hostelería y servicios) a fin de conocer los factores del Capital Social más relevantes en la zona, y que dio como resultado² la aparición de cinco factores que resumían los elementos de este constructo, y a los cuales dimos nombre basándonos en la relación teórica existente entre los elementos: a) relación institucional, b) relación de identidad, c) reciprocidad, d) confianza y e) cohesión.

¹ La de los Vélez, es la comarca más al norte de la Provincia de Almería, y la más alejada de su núcleo administrativo e institucional, hasta el punto que los cuatro términos municipales que la constituyen (Chirivel, María, Velez Rubio y Velez Blanco) distan de media 170 Kms de la ciudad de Almería.

En total, la población de estos municipios asciende a 12.567 habitantes censados, en una extensión total de 1,145 Km² de superficie, y entre su modo de vida, sigue predominando la práctica de la agricultura, destacando las plantaciones de almendros, y los cultivos de lechuga y cebada; la mayor parte de las empresas son de menos de 5 trabajadores, y además de las labores agrícolas, predominan las empresas relacionadas con el comercio al por menor y la construcción.

² Para determinar la estructura de las relaciones existentes se utilizó el análisis factorial, cuyos pasos metodológicos son principalmente tres: a) cálculo de la matriz de correlaciones entre todas las variables (conocida habitualmente como matriz R), b) extracción de los factores necesarios para representar los datos y c) rotación de los factores con objeto de facilitar su interpretación.

Además, se calcularon las pruebas de esfericidad de Bartlett y el índice de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO). Respecto al primero, el test comprueba que la matriz de correlaciones se ajusta a la matriz identidad (I), es decir ausencia de correlación significativa entre las variables. Esto significa que la nube de puntos toma la forma de una esfera perfecta, expresando así la hipótesis nula; si se acepta dicha hipótesis al nivel de confianza del $p > 0.05$ significa que las variables no están intercorrelacionadas y, por tanto, no tiene mucho sentido llevar a cabo un análisis factorial, por lo tanto se aceptará valores entre + 1 y - 1. Esta prueba es muy útil cuando el tamaño muestral es pequeño. Respecto al índice KMO, los valores bajos desaconsejan la utilización de análisis factorial. El valor mínimo tiene que superar 0.5 y valores de .80 a .90 se consideran muy buenos (Ferrán, 1996; Hernández, Fernández y Baptista, 2003; Cuadras, 1981).

Una vez obtenida las primeras variables individuales se crearon escalas aditivas, para poder finalmente determinar el tipo de capital social que prevalece de los empresarios subvencionados. Las escalas aditivas están formadas por combinaciones de varias variables individuales dentro de una única medida compuesta. Se combinan todas las variables que cargan fuerte sobre un factor, y el total (o más frecuentemente la puntuación media de las variables) se emplean como una variable sustitutiva. La intención en este caso es representar los múltiples aspectos de un concepto en una única medida, aunque también puede emplearse para eludir algún error de medida inherente a todas las variables observadas (Hair, Anderson, Tatham, y Black, 2004).

Este resultado es bastante próximo a la definición teórica presentada por Woolcock (2001), en la que indica que el capital social está conformado por la confianza, la reciprocidad y la cooperación, que constituyen el contenido de las relaciones y de las instituciones. Por otra parte, se observa, además, que tiene algunas concordancias teóricas con la definición de Putnam (1993, 2002), en tanto que este autor establece que el capital social contiene elementos organizacionales como las redes, las normas, y la confianza que facilitan la acción y la cooperación.

En los próximos apartados daremos cuenta de cada uno de ellos.

LA RELACIÓN INSTITUCIONAL.

El primero de los factores que identificamos, debido a su mayor fuerza³, se denominó “Relación Institucional”, por incluir las variables: calidad de las instituciones, confianza institucional, y cooperación

Por tanto esta dimensión contiene la valoración de la calidad de las instituciones y la confianza que le otorgan los emprendedores a esa calidad, a las que se suma la cooperación entre todos los agentes de la comarca que impulsan el desarrollo, y la cooperación entre emprendedores. Estos elementos describen una relación formal que tiene requisitos de afiliación, horarios, reuniones regulares, etc. (Putnam, 2000). Aparte de esto, implica una relación principalmente vertical, al intercambiar recursos, ideas e información con instituciones formales más allá de la comunidad y hacerlo de forma jerárquica (Coleman, 1990).

Por tanto, podríamos concluir a este respecto que para que las iniciativas emprendedoras tengan éxito, también es necesario una serie de sistemas institucionales que funcionen bajo unos adecuados estándares de eficacia, eficiencia y efectividad. Es obvio que en países que no cuentan con la suficiente organización institucional, como algunos del continente africano, es mucho más difícil generar proyectos que en aquellos en los que sí que existen estructuras estables, accesibles y eficaces.

Otro aspecto a destacar por los emprendedores es el poder tener confianza en la Institución, entendida no sólo como ausencia de corrupción y similares, sino también como creencia en la competencia de estos para dar una adecuada respuesta a sus necesidades.

RELACIÓN DE IDENTIDAD

Este fue el segundo factor detectado en nuestro estudio, y que incluía dos variables a) la relación voluntaria informal de identidad y b) la confianza con otros emprendedores se demostró formada por cuatro elementos: la relación de identidad, está formada por cuatro elementos: asociaciones voluntarias religiosas, profesionales y vecinales, a las que se suma la relación formal con otros emprendedores, describiendo así, una relación horizontal ampliada.

³ Todas ellas mostraban fuertes saturaciones factoriales con carga superior a 0.670

De este modo queda patente que un buen acicate del progreso de los emprendedores en una zona puede ser, sin lugar a dudas, la presencia de Organizaciones de muy diverso tipo que den lugar a intercambios entre las personas, de modo que fluyan las ideas, el conocimiento y las oportunidades entre los usuarios y todos puedan aprovechar los recursos de los demás.

Este concepto no es ajeno a muchos de nosotros, ya que estamos acostumbrados a saber de muchas personas, por ejemplo, encuentran empleo gracias a su “red de contactos”, que es precisamente lo que por otra parte les facilita la información sobre las “oportunidades” que se pueden ir presentando en la zona, tanto a nivel físico (inmuebles, maquinaria...) como información del mercado (nuevos negocios...) e incluso los propios avances en los productos, de modo que se transmita fomentando la innovación.

No es extraño encontrar que algunos de los factores aparecidos se refieren a asociaciones de tipo religioso ó vecinal, y no sólo empresariales. Parece como si la simple presencia de este tipo de *círculos* puede fomentar el desarrollo económico; y no resulta ilógico, ya que independientemente el objetivo inicial por el que se estructuran estas, al menos producen otras dos cosas: (a) que las personas se conozcan y (b) que intercambien información de todo tipo.

En último lugar, pero no menos importante, está la necesidad de poder tener una relación de *confianza con otros emprendedores*, ya que es muy difícil que un individuo pueda progresar en un negocio sin tener buenos proveedores, ó *partners*, que a su vez pueden ser también clientes, en un mundo tan interrelacionado y globalizado con el actual en que nos movemos. Es preciso poder confiar en el otro, de modo que puedan darse transacciones económicas y materiales en las que no medie el miedo, máxime en la medida que en muchas ocasiones estas (sobre todo en ámbitos rurales) quedan muchas con suficiente constancia documental, hecho que además ralentiza este tipo de intercambios. En conclusión, deben existir y percibirse unas normas éticas y de responsabilidad compartidas por la gran mayoría de los empresarios de la zona en cuestión que ayuden a la circulación económica.

RECIPROCIDAD

El tercer gran factor que de momento hemos identificado es el que hemos bautizado con el nombre de “Reciprocidad”, e incluye tres elementos, a) el fortalecimiento del emprendedor, b) la importancia de la compensación y c) valor como emprendedor en la toma de riesgo.

Por tanto, describe la posibilidad de tomar decisiones que afectan directamente al tomador, con mayor riesgo si cabe, ya que este tipo de toma de decisiones es una característica principal de todo emprendedor; siempre que este presente como contraparte la reciprocidad. Las normas de reciprocidad existentes en una comunidad impulsan las iniciativas locales (Moyano, 2005; Moyano y Garrido, 2003).

Este elemento, y en especial el fortalecimiento, representan la antítesis del “paternalismo”, y viene a predecir que cuanto más libertad –sienta- el emprendedor para comportarse como tal, más iniciativas promoverá y más éxito tendrá. Este punto parece defender ciertas posturas poco intervencionistas por parte de las Instituciones más allá del aspecto colaborativo señalado en los puntos anteriores. Además este aspecto, está la importancia de la confianza en el prójimo en la medida en se perciba, que se crea en antes las acciones colaborativas el prójimo va a responder al menos en la misma medida que uno, es decir, con reciprocidad.

CONFIANZA

El cuarto factor, al que se le asignó el distintivo “Confianza”, está compuesto por dos elementos, a) la confianza en los empleados y b) la relación formal comercial. No se incluye la variable correspondiente a la relación formal con otros emprendedores, pues ya la comentamos al hablar de la dimensión “Relación de Identidad”. Si tenemos en cuenta la clase de agentes que entran a formar parte de este factor, puede concluirse que en realidad a lo que se hace referencia es a la confianza social o confianza generalizada que se tiene con individuos “desconocidos” (Herreros, 2002).

En necesario hacer notar que el factor confianza forma parte de un único factor y en él se muestra verdaderamente contundente, especialmente la confianza con personas en el trabajo (confianza en los empleados) y la relación formal comercial (confianza con clientes y proveedores), aunque también está presente en el resto de dimensiones bajo la forma de una confianza social o generalizada.

COHESIÓN

El quinto y último factor recibió el nombre de “Cohesión” al referirse a un único elemento: La cohesión social, que viene a señalar como positivo para la cultura emprendedora la ausencia de tensiones y problemas entre individuos ocasionados por las diferencias entre ellos; es decir, hace referencia a que las diferencias entre individuos o grupos no generan problemas ni divisiones. Por lo tanto, el factor es de vital importancia en la vida económica, cultural y política en la comarca (Narayan, 1999).

En definitiva, la cohesión social, consolida la generación de una participación plena en la vida económica, cultural y política (Narayan, 1999), supuesto que el capital existente dentro de un grupo puede conducir a la discriminación y exclusión de las personas o grupo que no formen parte de él Arriagada (2003). Como nota final de las cinco dimensiones halladas en el análisis factorial, la mejor valorada es la dimensión de reciprocidad, en donde se ubican elementos tales como el fortalecimiento, la reciprocidad y la toma de riesgo.

ALGUNAS CONCLUSIONES

Aunque nuestras investigaciones son de tipo exploratorio y seguirán desarrollándose en el futuro, las primeras conclusiones sí que hacen referencia al perfil del capital social existente en las interacciones sociales de los

empresarios involucra elementos planteados por teóricos como Putnam (1993, 2000) y Woolcock (1998), entre otros”. Los diversos análisis mostraron que el perfil que caracteriza al capital social de los emprendedores estaba compuesto por cinco dimensiones fundamentales: a) relación institucional, b) relación de identidad, c) reciprocidad, d) confianza y e) cohesión social, cada una de ellas formada por otros tantos componentes.

Nuestros resultados también muestran un perfil de capital social ajustado a la propuesta conceptual planteada por las instituciones internacionales, como el Banco Mundial (2000), cuya definición de capital social contempla que las instituciones, las relaciones, y las normas que conforman la calidad y cantidad de las interacciones sociales de una sociedad, facilitan el desarrollo económico y la democracia. Los representantes de esta propuesta son principalmente Narayan (1999) y Woolcock (1998, 2001). Para Woolcock (2001) la confianza, la reciprocidad y la cooperación constituyen el contenido de las relaciones y de las instituciones sociales del capital social. La importancia que tienen las instituciones, se debe a que son las responsables de proporcionar el entorno propicio para el surgimiento de los emprendedores a través de las transformaciones que experimentan los sectores gubernamentales. El emprendedor es fundamentalmente un agente de cambio social en cuanto emerge en ambientes que fomentan la innovación institucional. Las instituciones cuentan además con bajos niveles de restricción normativa y funcionan con esquemas descentralizados (Covarrubias, 2002; Dove, 2000).

La definición que presenta uno de los autores fundadores, como Putnam (1993, 2002), también refuerza nuestros hallazgos hasta la fecha, ya que este autor establece que el contenido del capital social involucra elementos organizacionales como las redes sociales, las normas, y la confianza, que facilitan la acción y la cooperación.

Comentamos este refuerzo de nuestros resultados, aunque sólo sea sólo por los elementos que contiene la definición, dado que nosotros también coincidimos con la postura de Portes (1999), citado por Arriagada, 2003) y la visión crítica de Levy (1996). Es decir, admitimos que los resultados que conforman los hallazgos de Putnam son importantes, pero el capital social como rasgo de unas comunidades y naciones no es suficiente, su uso no puede ser extrapolable de individuos y grupos a comunidades y naciones, por la continuidad o acumulación en el tiempo; dado que en ausencia de un conjunto de condiciones favorables, el capital social es insuficiente para producir efectos positivos, ya que no sólo las normas comunes, el control social y las sanciones en el nivel local son determinantes para que emerjan. Se requiere dar énfasis a la participación del estado que puede favorecer la creación de capital social. El ambiente macroeconómico y político más amplio es parte de un escenario que propicia condiciones favorables para que las personas desarrollen capacidades y pongan en marcha los activos del capital social (Miranda y Monzó, 2003).

De forma particularizada se observa la presencia institucional, es decir, que las dimensiones que contiene el capital social, se ha encontrado que las relaciones institucionales son de gran importancia para este colectivo, dado que sus iniciativas se consolidan bajo las condiciones generadas por ellas.

Creemos firmemente que los emprendedores valoran más las relaciones sociales cuando están presentes las personas de su entorno inmediato. Esto da idea de hasta qué punto son importantes para los emprendedores el que los personajes de su vida cotidiana estén presentes. Dicho más formalmente, para que el intercambio de

recursos sea productivo se requiere que estén presentes las relaciones horizontales que lo vinculan con otros emprendedores o agentes en condiciones de igualdad. La dimensión correspondiente a la relación de identidad está formada por elementos que describen una relación horizontal ampliada (relación voluntaria de identidad y confianza con otros emprendedores), confirmándose así que los emprendedores rurales de la comarca de Los Vélez tienen una visión positiva de las relaciones horizontales, ya que estas relaciones están constituidas por personas que no sólo presentan características socio-económicas diferentes (pero comparten elementos demográficos similares), sino que pueden pertenecer a diferentes redes sociales e intercambiar recursos y oportunidades de forma no jerárquica (Grootaert y Van Bastelaer, 2002; Putnam, 1993; Woolcock, 1998).

Confirmamos de esta manera la presencia de la reciprocidad y el riesgo en la misma dimensión, además implica una asociación en la que debe estar presente el fortalecimiento. Es preciso indicar que en general el fortalecimiento representa para los trabajadores independientes (autónomos) niveles de satisfacción personal y de felicidad más altos (Blanchflower y Andrew, 1998).

Como principal elemento del Capital Social (Coleman, 1990; Putnam, 1993; Woolcock, 1998, 2001), el tipo de confianza que se genera en las relaciones sociales de los emprendedores adopta la forma de una confianza generalizada. Los datos obtenidos para esta hipótesis demuestran que los dos elementos que involucra, la confianza con personas en el trabajo (empleados principalmente) y la relación formal comercial (clientes y proveedores), se refiere a la confianza generalizada a partir de la participación en asociaciones voluntarias (Herreros, 2002).

En definitiva, “la confianza social puede surgir de dos fuentes relacionadas: las normas de reciprocidad y las redes de compromiso cívico” (Putnam, 1993, p. 173). Coincidimos con Luque (2003) en que la participación en asociaciones civiles ayudará a cumplir la función conectiva, por las que discurrirá las virtudes y reputaciones, que hará posible la extensión de la confianza generalizada.

BIBLIOGRAFÍA

- Alarcón, H. A. y Bosch J. L. (2003). El capital social en Chile: avances sobre su formación y aplicación. CPU-Chile. www.ub.es/epp/redes/chile.pdf/
- Arriagada, I. (2003). Capital social: Potencialidades y limitaciones analíticas de un concepto.-Serie Seminarios y Conferencias, nº. 31. CEPAL.
- Banco Mundial. (2002). Cuestionario integrado para la medición del capital social. Grupo de experto en capital social. Washington D.C: B.M.
- Banco Mundial. (2000). Más allá del crecimiento económico. <http://www.worldbank.org/depweb/spanish/beyond/global/glosary.html>
- Blanchflower, D. & Andrew, O. (1998). What makes an entrepreneur?. *Journal of Labor Economics*, 16 (1) pp. 26-60, January.
- Coleman, J. S. (1990). *Social capital. Foundations of social theory*, Harvard University: The Belknap Press of Harvard University.

- Coleman, J. S. (1988). Social capital in the creation of human capital. *American Journal of Sociology*, 94 (Supplement), pp. 95-120
- Covarrubias, M. I. (2002). Emprendedores y empresarios: un enfoque institucional. *Revista académica virtual "contribuciones a la economía"*
www.eumed.net/ce/icm-empr.doc
- Cox, E. (1995). *A truly civic society: Boyer lectures 1995*, Sydney: ABC Books.
- Cuadras, C. (1981). *Métodos de análisis multivariante*. Barcelona: Eunibar
- Cuervo, G. A. et al. (2005). *La empresa y el espíritu emprendedor de los jóvenes*. Madrid: Ministerio de Educación y Ciencia, Secretaria General Técnica.
- Dove, S. (2000). Agents for change: Leaders and entrepreneurs, <en línea>, Colección del documento del instituto de gobernabilidad. <http://www.iigov.org/do03.htm>
- Durston J. 2002. El capital social campesino en el desarrollo rural: Diadas, equipos, puentes y escaleras. CEPAL, Santiago de Chile.
- Ferrán, A. M. (1996). *SPSS para Windows. Programación y análisis estadístico*. Madrid: McGraw-Hill
- Franco, A. (2001). *Capital social*. Instituto de Política. Brasilia: Milenium.
- Granovetter, M. (1985). Economic action and social structure: the problem of embeddedness. *American Journal of Sociology*, nº. 91, pp, 481-493.
- Grootaert, C. & Van Bastelaer T. (2002) "Understanding and measuring social capital: A synthesis of findings and recommendations from the social capital initiative". Banco Mundial.
- Hair, J. F. Jr., Anderson, R.E, Tatham, R. L. y Black, C. W. (2004). *Análisis multivariante*. (5ª Ed). Madrid: Prentice Hall.
- Hernández, S. R., Fernández, C. C. y Baptista, L. P. (2003). *Metodología de la investigación* (3ª ed.) Madrid: McGraw-Hill.
- Herreros, V. F. (2002). ¿Son las relaciones sociales una fuente de recursos?. Una definición del capital social. *Papers* nº. 67, pp 129-148.
<http://www.bib.uab.es/pub/papers/02102862n67p129.pdf>
- Kliksberg, B. (2000a). *Capital social y cultura claves olvidadas del desarrollo*. Buenos Aires (Argentina): Banco Internacional de Desarrollo-INTAL.
- Levy, C. (1996). *Institucionalización del género en las políticas y planificación de los asentamientos humanos*". *Asentamientos humanos, pobreza y género. América Latina hacia HABITAT II*, Santiago de Chile
- Luque, E. (2003). *Del capital social a la política*, Tesis doctoral. Universidad Complutense de Madrid.
- Miranda, F. y Monzó E. (2003). *Capital social: estrategias individuales y colectivas*, Series Políticas y Sociales, nº. 67. Santiago de Chile: CEPAL
- Moyano, E. E. (2005). *Capital social y desarrollo en zonas rurales*. IESA-CSIC. Documento de Trabajo 0513.
- Moyano E. E. y Garrido E. F. (2003). *Capital social y desarrollo en zonas rurales. Una aplicación al caso de los programas Leader en Andalucía*. Córdoba (España): IESA-CSIC.
- Narayan, D. (1999). *Bonds and bridges: Social capital and poverty*, Washington, D.C.: B. M.
- Portes, A. (1998) "Capital social: sus orígenes y aplicaciones en la sociología moderna" en Carpio, Jorge e Irene Novacosvky *De igual a igual. El desafío del Estado ante los nuevos problemas sociales*. SIEMPRO/FLACSO, Fondo de Cultura Económica, Argentina

- Putnam R. (1994). Para hacer que la democracia funcione. Galac, Caracas
- Putnam, R. D. (1993). Making democracy work: Civic traditions in modern Italy. Princeton University Press.
- Putnam, R. D. (2000). Bowling alone: The Collapse and revival of American community. New York: Simon & Schuster.
- Putnam R. D. (2002). Solo en la bolera: Colapso y resurgimiento de la comunidad norteamericana. Traducción José Luís Gil Aristu. Galaxia Gutenberg. Barcelona: Círculo de Lectores.
- Putnam R. D. (Ed.) (2003). El declive del capital social. Un estudio internacional sobre las sociedades y el sentido comunitario. Traducción José Luís Gil Aristu. Galaxia Gutenberg. Barcelona: Círculo de Lectores.
- Rodríguez, M. P. (2004). El capital social en el nuevo institucionalismo económico. Segundo Evento Internacional de Desarrollo Económico e instituciones. Málaga (España): Universidad de Málaga.
- Rodríguez, M. P., López, I. P., Dorato M. J. y González M. (2005). Medición del capital social. IV Conferencia de la Sociedad Española de Evaluación. I.D.R. Sevilla (España): Universidad de Sevilla. Fundación Universitaria.
- Román, C. (2001). Aprendiendo a innovar. El papel del capital social. Universidad de Sevilla (España): Instituto de Desarrollo Regional. Fundación Universitaria.
- Stein R.H. (2003). Capital social, desarrollo y políticas en la realidad latinoamericana. CSIC. Documento de Trabajo 03-05, Universidad de Brasilia.
- Woolcock, M. (2001). La importancia del capital social para comprender los resultados económicos y sociales. Banco Mundial.
- Woolcock, M. (1998). Social capital and economic development: Toward a theoretical synthesis and policy framework, *Theory and Society*, 27, pp 151-208.